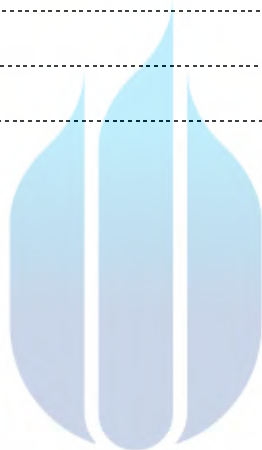


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1. Definisi Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen.....	10
2.1.3. Proses Keputusan Pembelian.....	13
2.2. Word of Mouth.....	16
2.2.1. Definisi Word of Mouth.....	16
2.2.2. Dimensi Pada Word of Mouth.....	17
2.3. Persepsi Kualitas Merek.....	18
2.3.1. Definisi Merek.....	18
2.3.2. Definisi Persepsi Kualitas Merek.....	19
2.3.3. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Kualitas Merek.....	21
2.3.4. Dimensi Pada Persepsi Kualitas Merek.....	22
2.4. Penelitian Terdahulu.....	23
2.5. Kerangka Pemikiran.....	32
2.6. Hipotesis Penelitian.....	33

BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1. Desain Penelitian	35
3.2. Definisi Operasional Penelitian	35
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	36
3.4. Variabel Penelitian	38
3.5. Instrumen Penelitian	39
3.5.1. Uji Validitas	40
3.5.2. Uji Reliabilitas	43
3.6. Sumber Data Penelitian	45
3.7. Teknik Pengumpulan Data	46
3.8. Teknik Analisa Data	48
3.8.1. Uji Analisa Deskriptif	48
3.8.1.1. Uji Mean	48
3.8.1.2. Uji Anova	49
3.8.2. Uji Prasyarat	49
3.8.2.1. Uji Normalitas	49
3.8.3. Uji Asumsi Klasik	50
3.8.3.1. Uji Korelasi	50
3.9. Norma Kategorisasi	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1. Gambaran Umum Subyek	54
4.1.1. Usia	54
4.1.2. Pendapatan	56
4.1.3. Status Pekerjaan	58
4.1.4. Pendidikan	60
4.1.5. Intensitas Menggunakan Instagram	61
4.1.6. Intensitas Membeli Wardah	63
4.2. Hasil Analisa Data	65
4.2.1. Hasil Analisa Deskriptif	65
4.2.1.1. Uji Mean	65
4.2.1.2. Uji Anova	66
4.2.2. Hasil Uji Prasyarat	67

4.2.2.1. Uji Normalitas.....	67
4.2.3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	67
4.2.3.1. Uji Korelasi.....	67
4.2.3.2. Hasil Uji Korelasi Dimensi.....	68
4.3. Pembahasan.....	69
4.3.1. Pembahasan Korelasi.....	69
4.3.2. Pembahasan Korelasi Dimensi ke Dimensi.....	71
BAB V PENUTUP	85
5.1. Kesimpulan.....	85
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	86
5.3. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	93



UNIVERSITAS
MERCU BUANA